પ્રકાશન નં. ૫૧

નેટવર્ક માર્કેટીંગ

(MULTI LEVEL - MARKETING)

એક વિશ્લેષણ અને શરઇ હુકમ

ડૉ. સામી અસ્સુવયિલમ

પ્રેરક

(હઝ. મવ. મુફતી) અહમદ ખાનપૂરી સાહેબ (દા.બ.)

પ્રકાશક

જામિઅહ ઉલૂમુલ કુર્આન, જંબુસર

મુ. પો. જંબુસર, જિ. ભરૂચ, ગુજરાત પીન : ૩૯૨૧૫૦,
ફોન : ૨૨૦૭૮૬-૨૨૦૨૮૬ / ફેકસ : ૨૨૨૬૭૭

www.jamiahjambusar.com
e-mail : jamia@satyam.net.in

Multi Level Marketing

નેટવર્ક માર્કેટીંગ એક વિશ્લેષણ અને શરઈ હુકમ

અનુવાદ અને સંપાદન :

મુફ્તી ફરીદ કાવી સાહેબ.
મુફ્તી અરજદ દેવલ્વી સાહેબ.

પ્રકાશકઃ

મુફ્તી અહમદ દેવલ્વી
જામિઅહ ઉલૂમુલ કુર્આન, જંબુસર
મુ.પો. જંબુસર, જિ.ભરૂચ, ગુજરાત,

● પ્રકાશન નં : ૫૧

● નેટવર્ક માર્કેટીંગ એક વિશ્લેષણ અને શરઈ હુકમ

(Multi Level Marketing)

● લેખક : ડો.સામી અસ્સુવય્લિમ.

● પ્રેરક : હઝરત મવલાના મુફ્તી અહમદ ખાનપૂરી દા.બ.

● અનુવાદ અને સંપાદન :

મુફ્તી ફરીદ કાવી સાહેબ.
મુફ્તી અસ્જદ દેવલ્વી સાહેબ.

● પ્રત :૧૦૦૦, પ્રથમ આવૃતિ, મે, ઈ.સ.૨૦૦૫

● પ્રકાશકઃ

મુફ્તી અહમદ દેવલ્વી
જામિઅહ ઉલૂમુલ કુર્આન, જંબુસર
મુ.પો. જંબુસર, જિ.ભરૂચ, ગુજરાત,
પીન:૩૯૨૧૫૦, ☎ ૨૨૦૭૮૬–૨૨૦૨૮૬
ફેક્સ: ૨૨૨૬૭૭ www.jamiahjambusar.com
e mail: jamia@satyam.net.in

પ્રકાશકીય

ઈસ્લામની વ્યાપકતા અને સર્વગ્રાહીતાનો પ્રતાપ છે કે માનવજીવનના સઘળા પાસાઓ અને માનવીની સઘળી પ્રવૃતિઓ વિશે માર્ગદર્શન આપવામાં આવ્યું છે. ઈબાદત અને વ્યક્તિગત બાબતોની જેમ સામાજિક અને આર્થિક બાબતો માટે પણ સચોટ અને સ્પષ્ટ માર્ગદર્શન આપવામાં આવ્યું છે. આર્થિક બાબતો માટેના મહત્વના માર્ગદર્શનમાં વેપાર વાણિજયને લગતા નિયમોમાં એક મહત્વનો સિદ્ધાંત વ્યાજના હરામ હોવા વિશે છે. વ્યાજ એક સામાજિક દુષણ છે, ગરીબને વધુ ગરીબ અને માલદારને વધુ માલદાર બનાવે છે, પરિણામે સમાજની સઘળી સંપત્તિ સમેટાયને અમુક માણસો માંહે સિમિત થઈ જાય છે. કુર્આનમાં વ્યાજના હરામ હોવા વિશે સ્પષ્ટ આદેશ છે. હદીસમાં પણ એની વિસ્તૃત જાણકારી નબીએ કરીમ સલ્લલ્લાહુ અલયહિ વ સલ્લમ દ્વારા આપવામાં આવી છે.

પરંતુ વ્યાજનું કોઈ એક રૂપ નકકી નથી, માલ–દોલતના અનેક સોદાઓ એવા હોય છે, જે વ્યાજુ કારોબારમાં ફેરવાય જાય છે. વ્યાજના આવા પ્રકારો અને વ્યાજુ કારોબારને સમજવું અત્યંત કઠિન કામ છે. ટૂંકમાં કહીએ તો " પૈસાથી પૈસા ઉત્પન્ન કરવાની દરેક રીત એમાં આવી જાય છે. અને જો આમ પૈસાથી પૈસા ઉત્પન્ન કરવાની રીત ચાલી નીકળે તો લોકો મહેનત, મજૂરી, ખેતી અને હુન્નર–ઉદ્યોગ છોડી બેસી જાય. કહેવત છે કે " જબ રોટી મિલે યૂં તો ખેતી કરે ક્યૂ ? "

નબીએ કરીમ સલ્લલ્લાહુ અલયહિ વ સલ્લમનો ઈર્શાદ છે :

الحلال بين والحرام بين وبينهما امور مشتبهات لا يعلمهن كثير من الناس فمن التقى الشبهات فقد استبرأ لدينه وعرضه ومن وقع فى الشبهات وقع فى الحرام

(بخارى ٥٢، مسلم : ١٥٩٩)

અર્થાત : હલાલ અને હરામ બન્ને સ્પષ્ટ છે. અને બન્ને વચ્ચે શકમંદ બાબતો છે, જેને ઘણા સઘળા માણસો સમજી નથી શકતા. જે માણસ આવી શકમંદ બાબતોથી બચી રહે, તેનો દીન અને સન્માન સલામત રહશે અને જે માણસ આવી શકમંદ બાબતોમાં પ્રવૃત થઈ ગયો, તે હરામમાં ફસાય જશે. (બુખારી–મુસ્લિમ)

ઉપરોકત હદીસમાં મહત્વની બાબત આ છે કે શકમંદ બાબતોથી બચવામાં આવે, ઘણા સોદાઓ અને કારોબાર કોઈ એક પાસાથી હલાલ દેખાતા હોય છે, પરંતુ એમાં રહેલ હરામ બાબતો–વિગતો જોવામાં આવે તો નિશંક એનાથી બચવું આવશ્યક થઈ પડે છે. આવા કારોબારને જ શકાસ્પદ કહેવામાં આવે છે અને એનાથી જ બચવાની હદીસ શરીફમાં તાકીદ ફરમાવવામાં આવી છે. પુસ્તિકામાં જે વેપાર પ્રણાલી બાબત ફતવો દર્શાવવા આવ્યો છે, એ નિશંકપણે વ્યાજુ કારોબારને ભળતી અને શંકાસ્પદ છે. માટે મુસલમાનોએ એનાથી બચવું પણ જરૂરી છે.

આ ફતવો અલબલાગમાં પ્રકાશિત થયા તો હઝરત મવલાના મુફતી અહમદ ખાનપૂરી સાહેબ દા.બ.એ ઈચ્છા દર્શાવી કે એને પુસ્તિકા સ્વરૂપે પણ પ્રકાશિત કરવામાં આવે. જામિઅહ પરિવાર મુફતી સાહેબની ઈચ્છા પૂરી કરતાં ખુશી અનુભવે છે.

જામિઅહના ઉસ્તાદો મુફતી ફરીદ સાહેબ કાવી અને મુફતી અસ્જદ સાહેબ દેવલ્વીના સંયુકત પ્રયાસોનું આ ફળ છે. મુળ અરબીમાં જનાબ ડો. સામી અસ્સુવયલિમ સાહેબના આ ફતવાને ઈન્ટરનેટના માધ્યમથી ડાઉનલોડ કરી મુફતી અસ્જદ સાહેબે ઉર્દૂમાં અનુવાદ કર્યો છે, અને એના ઉપરથી મુફતી ફરીદ સાહેબ દ્વારા ગુજરાતી અનુવાદ કરવામાં આવ્યું છે.

જામિઅહનો પ્રકાશન વિભાગ બન્ને ઉસ્તાદોનો ઋણી છે કે એમણે તાલીમ અને તરબિયતની નિયત જવાબદારીઓ નિભાવવાની સાથે આવા ઉપયોગી કાર્યને અંજામ આપ્યું. અલ્લાહ તઆલા એમની સેવાઓને કબૂલ ફરમાવે.

વાચકોથી એને વાંચી અન્યો સુધી પહોંચાડવાની અપીલ કરવાની સાથે આ અપીલ પણ કરું છું કે જામિઅહના પ્રકાશન વિભાગને વધુથી વધુ સહાય કરી આ સદકાર્યોકમાં ભાગ લે. કુર્આન, હદીસ અને દીની માર્ગદર્શનની નાની મોટી કિતાબોની છપામણીમાં લોકો વધુ વધુ ભાગ લે એવી આશા અને દુઆ.

લી. મુફતી અહમદ દેવલ્વી,
મોહતમીમ જામિઅહ ઉલૂમુલ કુર્આન, જંબુસર

પ્રારંભિક

પહેલાં જમાનાની વાત છે, એક રાજા પાસે કોઈ કળાકાર તેની કળા બતાવવા આવ્યો, કળાકારની કારીગરી અને કરતબ જોઈ રાજાજી ખુશ થઈ થયા. મુનીમજીને બોલાવી આજ્ઞા ફરમાવી કે કળાકાર જે માંગે તે આપવામાં આવે. કળાકારે રાજાજીનો આભાર માની કંઈ પણ લેવાની ના પાડી. પરંતુ રાજાએ આગ્રહ કર્યે રાખ્યો. આખરે કળાકારે કહયું : મહારાજ આપની આજ્ઞા માથે ચડાવું છું, મને થોડા ચોખા જોઈએ છે.

કેટલા ચોખા ?

થોડાક જ, આપ મહારાજ એટલું કરો કે શતરંજના પહેલા ખાનામાં એક દાણો, બીજામાં બે, ત્રીજામાં ચાર, ચોથામાં આઠ, પાંચમાં ખાનામાં સોળ, એમ દરેક ખાનામાં બમણા કરી ચોસઠ ખાનાના ચોખા મને આપવા કૃપા કરશો.

રાજાજીના મન આ ઘણી જ નાની વાત હતી. કાલે આવજો કહી વિદાય કર્યા અને મુનીમજીને ગણતરી કરવા બેસાડી દીધા. બીજા દિવસે દરબારમાં મુનીમજી આવ્યા તો મોં પડેલું હતું, નમન કરી અરજ કરી કે રાજાજી ! આટલા ચોખા તો શાહી વખારમાં પણ નથી. અને એ માટે તો એક નહી કેટલીયે વખારો જોઈએ.

હવે બાદશાહને ભાન થયું કે કળાકારે શું માંગ્યું હતું ?

આ વાર્તા અમને એટલા માટે યાદ આવી કે નેટવર્ક માર્કેટીંગના એજન્ટો અને મળતિયાઓ સભ્ય બનતા માણસને એમ જ સમજાવવાની કોશિશ કરે છે કે તમે અમારી પ્રોડકટ ખરીદી સભ્ય બનો અને પછી બે બીજા સભ્યો બનાવી નાખો, બસ તમે શતરંજના પહેલા ખાનામાં પગ મૂકી દીધો સમજો, હવે દર માસે તમારો નફો બમણો થયા જ કરવાનો. પરંતુ ભોળા ગ્રાહકને તેઓ એમ નથી બતાવતા કે જો તેમના બતાવવા પ્રમાણે (શીશામાં ઉતારવા પ્રમાણે) દર માસે સભ્યો બમણા થતા જ રહે તો ત્રેત્રીસમાં મહીને તો આખા વિશ્વની વસતી તેમાં આવી જાય. શું દસકાઓથી કાર્ય કરતી કોઈ નેટવર્ક કંપની કે એનો કોઈ એજન્ટ એવો છે,

જેણે વિશ્વની અર્ધી વસતીને પણ આવરી લીધી હોય? નથી જ. તો પછી દર માસે કઈ વસ્તુના બમણા થવાના સપના બતાવવામાં આવે છે ?

એના કરતાં તો જે પ્રચલિત જે માર્કેટીંગ પ્રણાલીને તેઓ ગ્રાહક માટે નુકસાન કર્તા કહે છે, અને જેમાં એમના દર્શાવ્યા પ્રમાણે વધુ રકમ જાહેરાતમાં ખર્ચવામાં આવે છે, એવી પેપ્સી, કોકાકોલા કે રિલાયન્સ જેવી મલ્ટીનેશનલ કે નેશનલ કંપનીઓ સારી કહેવાય કે આખા વિશ્વમાં તેમનું નેટવર્ક ફેલાયેલું છે, અને વધુ ફેલાતું જ જાય છે.

નેટવર્ક કંપનીઓના એજન્ટો અને મળતિયાઓ સામાન્ય માણસને અને વધુ કરીને બહોળો જનસંપર્ક ધરાવતા પરંતુ આર્થિક રીતે કમઝોર પણ સદ્ધર થવાના ઇચ્છુક માણસોને તેમનું નિશાન બનાવે છે, અને ટૂંકી મુદતમાં માલદાર થવાના એવા સપના બતાવે છે કે એને મુડી ડુબવાનો વિચાર સુદ્ધાં નથી આવતો.આપણા દીનદારોમાં બિચારા અમારા જેવા મોલવીઓ અને દીનના અન્ય કાર્યોમાં પ્રવૃત માણસો અથવા સમાજ સેવકોને તેમની ટુંકી આમદની અને દીની વ્યસ્તતાના લઈ લાંબા નફાના આ સપના એટલા મોહક લાગે છે કે એને બે ચાર હઝાર (એટલે કે એક આખા મહીનાનો પગાર) ખર્ચી નાખવામાં વાર નથી લાગતી. પછી જયારે મોહભંગ થાય છે ત્યારે સવારે ખબર પડે છે કે આખી રાત પ્રેમિકા સમજી જેની સાથે પ્રેમાલાપ કર્યો તે કોણ હતી ?

ખેર, આવી કંપનીઓ વિશે છ–સાત વરસો પહેલાં જ ગુજરાતના સૌથી મહાન મુફતી, હઝરત અકદસ મવલાના મુફતી અહમદ ખાનપૂરી સાહેબ દા.બ. (સદર મુફતી જામિઅહ ડાભેલ) નાજાઇઝ હોવાનો ફતવો આપી ચુકયા છે. પરંતુ બદલાતા વિશ્વમાં આવી કંપનીઓ પણ જુદી જુદી રીતો, શરતો અને નાના મોટા ફેરફારો સાથે બજારમાં આવી રહી છે, અને દરેક નવી કંપની બીજી કંપનીથી અમુક બાબતે જુદી હોય એ સ્વાભાવિક છે, આ નાના ફેરફારને આધાર બનાવી ફરી પાછા આવા માલદારીના શોખીનો અને કંપનીના એજન્ટો અને મળતિયાઓ હઝરત મુફતી સાહેબ પાસે અને અન્ય મુફતી સાહેબો પાસે દોડી જાય છે. જામિઅહના શૈખુલ હદીસ મુફતી ઈસ્માઈલ ભડકોદ્રવી સાહેબને પણ થોડા

થોડા દિવસે નેટવર્ક માર્કેટીંગના આવા એજન્ટોથી પનારો પડતો જ રહે છે. આજે તા. ૧/૫/૨૦૦૫ના રોજ જયારે હું આ લખી રહયો છું, ચારપાંચ દીનદાર લાગતા દાઢીવાળા અને કફની લેંગા વાળા અત્રે જામિઅહમાં મુફતી સાહેબ પાસે નેટવર્ક માર્કેટીંગની કોઈ નવી કંપની વિશે પૃચ્છા કરવા આવ્યા છે.

થોડા મહીનાઓ પહેલાં હું અને મારા દોસ્ત મુફતી અસ્જદ સાહેબ પણ આવા એક સવાલના જવાબ માટે વિસ્તૃત માહિતી એકઠી કરવાની ફિકરમાં હતા, આ જ દિવસોમાં ઇન્ટરનેટ પર આ વિષયે એક અરબી વેબસાઈટ પર અરબ ઉલમાના વિસ્તૃત ફતવાઓ અમને મળી ગયા, ખરા સમયે મળેલા આ ફતવાઓને અમે અમારા મુરબ્બી અને ઉસ્તાદ હઝરત અકદસ મવલાના મુફતી અહમદ ખાનપૂરી સાહેબ દા.બ. સમક્ષ રજૂ કર્યા તો તેમણે અમને આદેશ આપ્યો કે તત્કાળ તેનું ઉર્દૂ અને ગુજરાતી ભાષાંતર કરવામાં આવે, આ સમય દરમિયાન પણ અનેક લોકોનું હઝરત અકદસ મુફતી અહમદ ખાનપૂરી સાહેબ દા.બ.પાસે ડાભેલમાં અને અત્રે જામિઅહ જંબુસરમાં હઝરત મોહતમિમ સાહેબ મુફતી અહમદ દેવલ્વી અને શૈખુલ હદીસ હઝરત મવલાના મુફતી ઈસ્માઈલ સાહેબ પાસે વિવિધ કંપનીઓ બાબત પૂછવા આવવાનું ચાલુ જ છે.

ભારતમાં અને ગુજરાતમાં વિશેષ કરી આ મુફતી સાહેબોની કાબેલિયત, પ્રમાણિકતા અને બહોળા અનુયાયી વર્ગના કારણે કંપનીના મુસલમાન એજન્ટો પણ પ્રયાસ કરતા રહે છે કે એમના દ્વારા જાઇઝ હોવાનો ફતવો મળી જાય તો વધુ મુસલમાનોને આમાં ફસાવવાનું સરળ બની જાય. મુસલમાન આર્થિક રીતે પાછળ હોવાથી માલદારીના લોભે જલદી હાથમાં આવી શકે છે.

ઉપરોકત કારણો અને આવશ્યકતાઓને અનુલક્ષીને, વિશેષ કરી હઝરત અકદસના આદેશપાલનમાં આ અરબી ફતવાઓનું ભાષાંતર કરવામાં આવ્યું અને જામિઅહ ઉ.કુ જંબુસરના મોહતમિમ હઝરત મવલાના મુફતી અહમદ સાહેબ દા.બ.ની પરવાનગીથી આ ફતવાને પ્રથમ 'અલબલાગ'માં અને હવે પુસ્તક રૂપે પ્રકાશિત કરવામાં આવી રહયો છે.

મજકૂર ફતવો વિસ્તૃત હોવાની સાથે એમાં સામાન્ય માણસના સ્વભાવને સામે રાખી જવાબ આપવામાં આવ્યો છે. જેમ કંપની લોભામણી બાબતો દર્શાવી ગ્રાહકને ફસાવે છે, એ જ પ્રમાણે જવાબમાં આંકડાઓ અને અંદાઝાઓ આપી એ બધાંને ફરેબ અને છેતરપિંડી પૂરવાર કરવામાં આવ્યું છે.

ઉપરાંત, શરઈ રીતે એમાં જે ખરાબીઓ અને નાજાઇઝ હોવાની દલીલો –કારણો છે એ પણ અતિ આધારભુત રીતે દર્શાવવામાં આવ્યાં છે.

ઉપરોક્ત પ્રશ્ન અને જવાબ એમ તો એક વિશેષ કંપની 'બિઝનાસ ડોટ કોમ' (BIZNAS.COM) વિષે છે. પરંતુ જવાબમાં મુળ રીતે આખી નેટવર્ક પ્રણાલીને સામે રાખી એના નાજાઇઝ હોવાનો હુકમ લગાવવામાં આવ્યો છે. માટે વાચકોથી અપીલ કે 'બિઝનાસ ડોટ કોમ' વિષેની બાબતો સિવાય એમાં નાજાઇઝ હોવાના જે આધારો અને દલીલો આપવામાં આવ્યા છે, એના ઉપર વધુ ધ્યાન આપે. આ એટલા માટે લખીએ છીએ કે લોકો આ ફતવાને ફકત 'બિઝનાસ ડોટ કોમ' માટે ન સમજે. બલકે 'એમવે' 'એફ.આઈ.સી' ડી.એકસ.એન. કે નેટવર્ક પ્રણાલી વાળી બીજી કોઈ પણ કંપની વિશે આ ફતવામાં દર્શાવવામાં આવેલ નાજાઇઝ હોવાના અસલ કારણો લાગુ પડે છે. સ્થળ સંકોચના કારણે અત્રે દરેક કંપનીની શરતો અને વિગતોની છણાવટ કરવી અમે ઉચિત નથી સમજતા.

છેલ્લે એક બીજું ઉદાહરણ વાંચીને પછી આપણે અસલ ફતવો વાંચીશું. ''આપની પાસે એક અજાણ્યા માણસનો પત્ર આવે છે, એમાં એક બે ઉદાહરણો આપી લખ્યું છે કે આ પત્રમાં દર્શાવ્યા પ્રમાણે જેણે પણ કામ કર્યું તે જરૂર સફળ થયો છે. આ પત્રમાં છેલ્લે પાંચ અજાણ્યા માણસોના સરનામા છે. આ પત્ર મળ્યેથી તમારે પાંચમાંથી પહેલા માણસના નામે ૫૦૦ રૂ.નો મનીઓર્ડર કરવાનો છે અને પછી બીજા તમે ચાહો એટલા પત્ર તમારી રીતે અન્ય માણસોના નામે લખી શકો છો. જેમાં એ પહેલા માણસનું નામ કમી કરી તમારું નામ સૌથી છેલ્લે પાંચમાં નંબરે લખી દેવાનું છે. થોડા સમય પછી તમે ટોચ પર પહોંચી જશો ત્યારે તમારા નામ ઉપર પણ લોકોના મની ઓર્ડર આવવા શરૂ થઈ જશે. હા યાદ રાખજો, જો

તમે પત્રમાંના પહેલા માણસ ઉપર મનીઓર્ડર કર્યો નહી તો ફલાણો ફલાણો દેવતા કે બાવા તમારા ઉપર પ્રકોપમાન થશે."

શું તમે આ પત્રની વિગત ઉપર અમલ કરી મુર્ખ બનશો ? કદી નહી બનો. અને કદાચ જો તમે મુર્ખ બની ગયા તો યાદ રાખજો, તમારા લખેલા ૧૦૦ પત્રો મેળવનારમાં કદાચ જ કોઈ હશે, જે તમારા પત્ર પ્રમાણે અમલ કરી મુર્ખ બને, અને જો કોઈ બન્યો તો એનો પત્ર મેળવનાર ૧૦૦ માણસમાંથી કદાચ જ કોઈ હશે જે એ પ્રમાણે કરી મુર્ખ બને, અને હજુ તો તમારે ટોચ પર આવવામાં ત્રણ તબકકા બાકી રહે છે. હવે બતાવો, કેટલી શકયતા છે તમારા ઉપર મનીઓર્ડર આવવાની?

આ જ પ્રમાણે આ નેટવર્ક માર્કેટીંગ પ્રણાલી છે, બીજાને સભ્ય બનાવી નફો મેળવવાની લાલચે તમે સભ્ય બન્યા તો તમે તમારા ૫૦૦ના ઓળખ વર્તુળમાંથી શકયત એક બે ને સભ્ય બનાવી શકશો અને એ બે સભ્યો અન્ય ૧૦૦૦માણસોમાંથી કદાચ બીજા બે બનાવી શકશે અને આમ કેટલા માણસોએ કેટલા સભ્યો બનશે ત્યારે તમને બતાવવામાં આવેલ લાંબો લાખો હઝારોનો નફો મળશે?

ખેર હવે બિઝનાસ ડોટ કોમ વિશેનો ફતવો આપણે વાંચીએ.

આવી કંપની બાબત હજુ કોઈને કંઈ પૂછવાની શકયતા જણાય તો હઝરત અકદસ મવલાના મુફતી અહમદ ખાનપૂરી સાહેબને અથવા હઝરત મવલાના મુફતી ઈસ્માઈલ ભડકોદ્રવી સાહેબને પૂછી શકે છે અથવા રૂબરૂ મળી એમનાથી વાસ્તવિકતા સમજી શકે છે.

લી.
મુફતી ફરીદ અહમદ કાવી
મુફતી અસ્જદ અહમદ દેવલા.

સવાલ :

બિઝનાસ ડોટ કોમ (BIZNAS.COM) કંપનીમાં કંપનીની બતાવેલ રીત–પ્રણાલી મુજબ ભાગ લેવા કે મેમ્બર બનવાનો શરઈ દ્રષ્ટિએ શું હુકમ છે ?

જવાબ :

ઉપરોકત કંપની અને એના જેવી અન્ય કંપનીઓ (Praymid schme) પીરામિડ સ્કીમના આધારે કાર્ય કરે છે, જેને મલ્ટી લેવલ માર્કેટીંગ (M.L.M.) પણ કહેવામાં આવે છે. આ પ્રકારની દરેક માર્કેટીંગ સીસ્ટમ્સ મૂળભૂત રીતે છેતરપિંડી અને બનાવટી વેપાર પ્રણાલી ઉપર આધારિત હોય છે. અનેક પુસ્તકો, સંશોધનો અને લેખો દ્વારા ઉપરોકત માર્કેટીંગ વ્યવસ્થાની છેતરપીંડી અને પોકળતા સ્પષ્ટ કરવામાં આવી ચૂકી છે. સામાન્ય માનવી એમાં ફસાયને થોડીક રકમના વળતર રૂપે અત્યંત જલ્દી મોટી રકમના નફાના સપના જોવા માંડે છે, પરંતુ વાસ્તવિકતા એ છે કે આવા બધા જ લોકોની રકમ આવી કંપનીઓ અને સંસ્થાનોના માલિકોના ગજવામાં સરી જાય છે, અને બિચારા ગ્રાહક કે એજન્ટને મૃગજળ જેમ કંઈ હાથ લાગતું નથી.

આવા કારણોને જ અનુલક્ષીને અનેક દેશોની સરકારોએ "Praymid schme"નાનામે શૈક્ષણિક કે અન્ય રીતે લાભદાયી વસ્તુઓ સરળતાથી લોકો સુધી પહોંચાડવાની જાહેરાત કરતી કંપનીઓ ઉપર પાંબદી લગાવી દીધી છે, ઉપરાંત સરકારી તંત્ર તરફથી લોકહિતાર્થે એમાં ન જોડાવાની ચેતવણી પણ આપવામાં આવે છે.

આનો મજબૂત પુરાવો આ છે કે (Securities and Exchange Commission of Pakistan) "સિકયોરીટી એન્ડ એકસચેન્જ કમીશન ઓફ પાકિસ્તાને" પણ મલ્ટી લેવલ માર્કેટીંગના આધારે કાર્ય કરતી એક કંપની 'બિઝનેસ ડોટ કોમ'માં જોડાવા પ્રત્યે ચેતવણી આપી છે. ઓગસ્ટ ૨૦૦૩માં કમીશનની વેબ સાઈટ ઉપર કહેવામાં આવ્યું છે કે ઉપરોકત કંપની કમીશનની જાણકારી મુજબ છેતરપિંડી, ઠગાઈ અને ગેરકાનૂરી–ગુનાહિત પ્રવૃતીઓ કરે છે, વધુ વિગત નીચેની વેબસાઈટ

ઉપર જોઈ શકાય છે.
http://www.secp.gov.pk/otherlinks/Biznas/Biznas.com.htm)

આવી જ એક અન્ય કંપની 'સ્કાયબીઝ' (Skybiz.com) પણ છે. બન્નેની કાર્યપ્રણાલી સરખી જ છે, મૂળ અમેરિકાની આ કંપની વિવિધ દેશોમાં તેની શાખાઓ ધરાવે છે. પરંતુ સ્વંય અમેરિકાની સરકારે ઉપરોક્ત કંપની ઉપર છેતરપિંડી અને દગાબાજીનો આરોપ લગાવ્યો છે. ઓકલાહોમા રાજયની અદાલતે તો કંપનીમાં કામ કરતા કાર્યકરો, એજન્ટો અને રોકાણકારોના મૂડી અને મહેનતાણાના નાણા ચૂકવવા કંપનીનું કામકાજ બંધ કરવા ઉપરાંત એની સંપત્તિ સીલ કરી દેવાનો નિર્ણય કર્યો છે. અમેરિકન વેપાર મંત્રાલયની નીચેની વેબસાઈટ ઉપર આ માહિતી જોઈ શકાય છે. http://www.ftc.gov/opa/2001/06/sky.htm

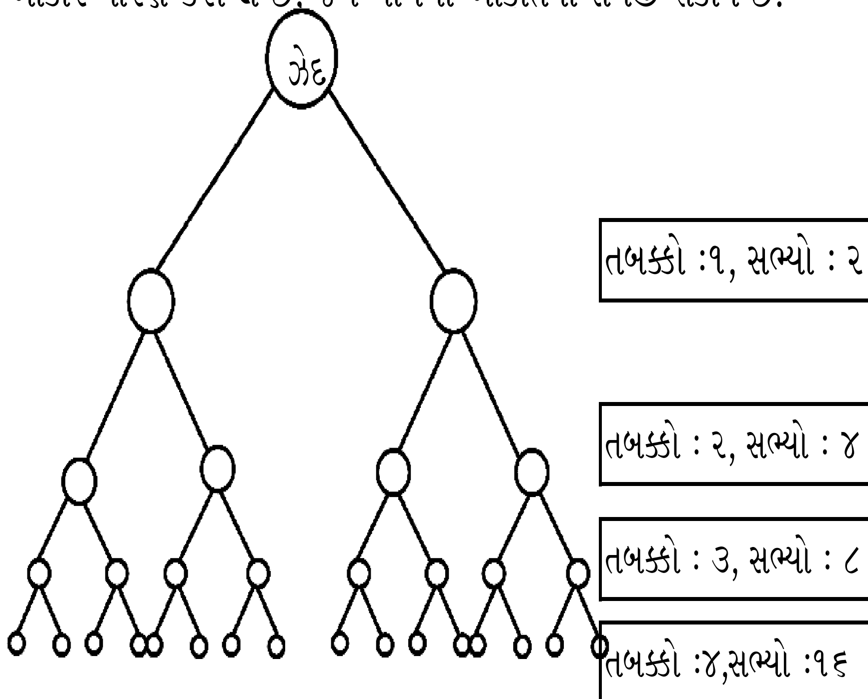
મલ્ટી લેવલ માર્કેટીંગના આધારે કાર્ય કરતી કંપનીઓ પરત્વે દુનિયાના અનેક દેશોનો આવો અભિગમ એટલા માટે જ છે કે તે દેશોને આવી કંપનીઓની છેતરપિંડી અને શોષણનીતિની ખાતરી થઈ ગઈ છે. અત્રે નેટવર્ક માર્કેટીંગની કાર્યપદ્ધતિ અને તેમાં રહેલી અમૂક ખામીઓ વર્ણવામાં આવે છે.

કાર્યપદ્ધતિ :

મલ્ટી લેવલ માર્કેટીંગની પદ્ધતિ મૂળભુત રીતે અત્યંત સરળ છે,

માણસ કંપનીની વસ્તુઓ એ ઈરાદા સાથે ખરીદે કે તે બીજા માણસોને પોતાની જેમ કંપનીની વસ્તુઓ ખરીદવા પ્રેરિત કરશે અને ફળ સ્વરૂપ એને કંઈક કમીશન મળે, આ નવા ખરીદારો અન્ય લોકોને ખરીદવા પ્રેરે તો એના ફળ સ્વરૂપ પણ પ્રથમ વ્યકિતને વધારાનું કમીશન મળે, અને આમ આ કડી ચાલતી જ રહે. નીચે એક ઉદાહરણ રજૂ કરીએ છીએ, ઝેદ નામી એક માણસે આવી કંપનીની વસ્તુઓ ૯૯ ડોલરમાં ખરીદી, કંપની એના બદલામાં ઝેદને આ હક પણ આપશે કે તે નિયત કમીશનના બદલામાં અન્યોને પણ કંપનીની વસ્તુઓ ખરીદવા કંપની તરફથી માર્કેટીંગ કરે, ઉદાહરણ રૂપે ઝૈદ મારફતે બે માણસોએ કંપનીની વસ્તુઓ ખરીદ

કરી તો બદલામાં કંપનીએ આ બે માણસોને પણ અન્યોમાં માર્કેટીંગ કરવાનો હક આપ્યો. આ બે માણસોએ આગળ વધુ માણસોને આ નેટવર્કમાં જોડી દીધા. આમ આ આખો સિલસિલો એક પિરામિડ– ત્રિશંકુ આકાર ધારણ કરી લે છે. જેને નીચેની આકતિથી સમજી શકાય છે.



ઉપરોકત આકૃતિમાં જોઈ શકાય છે કે દરેક તબકકામાં નવા સભ્યોની સંખ્યા ઉપરવાળા તબક્કા કરતાં બમણી છે, અને એમાંયે છેલ્લા તબકકામાં શામેલ સભ્યોની સંખ્યા ઉપરના દરેક તબકકાના સભ્યોની કુલ સંખ્યા કરતાં પણ વધુ હોય છે. આકૃતિમાં દર્શાવ્યા પ્રમાણે ચોથા તબકકાના સભ્યો ૧૬ અને ઉપરના સઘળા મળી ત્રીસ સભ્યો થાય છે. ચોથા તબકકાની સંખ્યા ૧૬, ઉપરના ત્રણ તબકકાની સંખ્યા ૧૪ કરતાં વધુ છે. આમ આ નેટવર્ક આગળ વધે તો દસમાં તબકકે ૧૦૨૪ નવા સભ્યો અને કુલ મળી આખા નેટવર્કમાં ૨૦૪૬ સભ્યો હશે.

કમીશનની ગણતરીની રીત

કંપની તરફથી કમીશન મેળવવા માટે પ્રથમ શરત આ છે કે ઝૈદ મારફતે કંપનીના સભ્યો બનેલ માણસોની કુલ સંખ્યા ઓછામાં ઓછી 'નવ–૯' એ રીતે હોય કે દરેક તબકકામાં ઓછામાં ઓછા ત્રણ સભ્યો હોય. અને ત્યારે ૫૫ ડોલર કમીશન રૂપે આપવામાં આવશે. ત્યાર બાદ

દરેક 'નવ' સભ્યોનું જુથ ગણી કમીશન આપવામાં આવશે.

આ નવ સભ્યોની સંખ્યાને એક પેનલ અથવા જૂથ કહીશું. આનો મતલબ એ થયો કે એક વાર કમીશન મેળવ્યા પછી બીજી વાર કમીશન મેળવવા માટે પેનલની સંખ્યા હોવી આવશ્યક છે.

નેટવર્કની આ રીતમાં દરેક તબકકે નવા સભ્યોની સંખ્યા વધતી જ રહે છે. માટે કમીશન પણ ઘણું વધુ મળે છે.

આપણે માની લઈએ કે નેટવર્કમાં શામેલ થનાર માણસ એક માસમાં નવા બે સભ્યો બનાવે છે. (કંપનીએ પોતાની વેબ સાઈટ ઉપર આજ ઉદાહરણ દર્શાવ્યું છે.) તો બારમાં માસે પ્રથમ સભ્યને મળનારૂં કમીશન ૨૫૦૦૦ પચ્ચીસ હઝાર ડોલરથી અધિક હશે.

નીચેના કોઠાથી આ વાત સરળતાથી સમજી શકાય છે.

	સભ્યો	કુલ સભ્યો	કમીશન
1	2	2	0
2	4	6	0
3	8	14	55
4	16	30	110
5	32	62	165
6	64	126	440
12	4,096	8,190	25,080
18	2,62,144	5,24,286	16,02,040
24	1,67,77,216	3,35,54,430	10,25,27,480
30	1,07,37,41,824	2,14,74,83,646	6,56,17,55,640

કમીશનની પૂરી ગણતરી

કોઈ પણ તબકકે કમીશન આપતાં પૂર્વે 'નવ–નવ'ની સંખ્યામાં પેનલ રૂપે જેટલા અકમોનું કમીશન મળી ચૂકયું હશે એને બાદ કરી વધતી સંખ્યામાં ૯ ના હિસાબે એક એકમ ગણી એક એકમના ૫૫ ડોલર કમીશન આપવામાં આવશે. જેમ કે ત્રીજા તબકકે કુલ સભ્યોની સંખ્યા ૧૪ છે, જેમાંથી 'નવ–૯ નું ફકત એક એકમ બની શકે છે, માટે ૫૫ ડોલર જ

કમીશન મળશે. ચોથા તબકકે સભ્યોની સંખ્યા ૩૦ છે, જેના ત્રણ એકમ બની શકે છે, એમાંથી પહેલાં કમીશન મેળવી ચૂકેલ નવ–૯ના એક એકમને બાદ કરીએ તો બે એકમોનું કમીશન ૧૧૦ ડોલર મળશે. પાંચમા તબકકે કુલ સભ્યો ૬૨ હશે, જેના છ એકમો બની શકે, પૂર્વેના ત્રણ એકમોને બાદ કરતાં ત્રણ એકમોનું કમીશન ૧૬૫ ડોલર આ તબકકે મળવા પાત્ર રહેશે.

આ વિગતથી સ્પષ્ટ થયું કે એક ગ્રાહક અથવા એજન્ટને (કંપનીએ ઉદાહરણ રૂપે બતાવેલ ગણતરી અને સમય પ્રમાણે) જયાં સુધી એની નીચે ત્રણ હરોળો ન બને, કમીશન મળી શકે નહી. અંદાજે આ સંખ્યા ત્રણ મહિના થયે બને છે. અને ત્રણ માસ પછી જે પહેલું કમીશન મળશે તે ૫૫ ડોલર ગ્રાહકે આપેલ કિંમત ૯૯ ડોલર કરતાં ઓછું હશે.

હવે સ્પષ્ટ રૂપે સમજી શકાય છે કે મૂડીથી વધુ રકમ એટલે કે નફો મેળવવા માટે નેટવર્ક કમથી કમ ચાર હરોળ સુધી લાંબુ થાય એ જરૂરી છે.

કંપની તરફથી પ્રગટ અંદાજા મુજબ નેટવર્ક (પિરામિડ) વધતું જ રહે તો વરસના અંતે એજન્ટનું માસિક કમીશન ૨૫૦૦૦ ડોલરથી પણ વધી જાય છે. અને દોઢ વરસમાં ૧૮ મહીને આ માસિક કમીશન સવા લાખ ડોલરથી પણ વધી જાય છે. અને બે વરસના અંતે આ કમીશન દસ કરોડ ડોલરથી પણ વધી જાય છે.

૯૯ ડોલરના બદલામાં હઝારો ગણી રકમ મેળવવાની આવી લાલચ જ આવા નેટવર્ક પ્રોગ્રામો પ્રત્યે આકર્ષણનું મુખ્ય પરિબળ છે, અને કંપનીઓ પણ ટૂંક મુદતમાં બે ગણી ચાર ગણી પ્રગતિની લોભામણી ગણતરી કરાવી માર્કેટીંગ કરે છે.

નોટ : નવનું એક જુથ ગણી કમીશન આપવું બિઝનાસ કોમ કંપનીનો નિયમ છે, આ માટે અન્ય કંપનીઓના નિયમો વધુ સરળ કે વધુ કડક હોય શકે છે.

ખરાબી શું છે ?

ઉપરોકત સિસ્ટમની પ્રથમ ખરાબી એ છે કે એ અમર્યાદિત નથી, નેટવર્ક લગાતાર ચાલૂ રહી શકે એવું નથી, કયાંક જઈને તો આ નેટવર્ક અટકવાનું જ છે અને જયારે અટકશે તો છેલ્લી હરોળના સભ્યો ખોટમાં અને ઉપરની હરોળના સભ્યો નફામાં રહેશે. અને અમે ઉપર જણાવી

ચૂકયા છીએ કે ફકત છેલ્લી હરોળના સભ્યોની સંખ્યા ઉપલી તમામ હરોળોના સભ્યોની કુલ સંખ્યા કરતાં વધુ હોય છે. આનો સ્પષ્ટ નિષ્કર્ષ એ નીકળ્યો કે અમૂક સભ્યોના નફા ખાતર વધુ સભ્યો ખોટ ઉઠાવે. એટલા માટે જ કહેવામાં આવે છે કે આ પ્રોગ્રામ અમૂક ગણ્યા ગાંઠયા માણસો અને કંપની માલિકોના સ્વાર્થ ખાતર સામાન્ય પ્રજા સાથે દગો, ફરેબ, છેતરપિંડી અને બનાવટ કરી એમને ફસાવવાનું જ બીજું નામ છે.

અમે અગાઉ બતાવી ચૂકેલ કોઠા પ્રમાણે અઢી વર્ષે નેટવર્કમાં શામેલ સભ્યોની સંખ્યા બે અરબથી વધી જાય છે, જે વિશ્વની કુલ આબાદીનો એક તૃતીયાંશ છે, અને ૩૧માં મહીને આ સંખ્યા ૪.૩ અરબ અને ૩૨માં મહીને આ સંખ્યા ૮.૬ અરબ થઈ જાય, જયારે કે વિશ્વની આબાદી કુલ ૭ અરબ છે. આનાથી માલૂમ પડયું કે ૩૨માં મહીના પહેલા આ નેટવર્ક અટકી જાય, કારણ કે ૩૨મી હરોળમાં સભ્યોની સંખ્યા વિશ્વની કુલ વસતી કરતાં પણ વધી જાય છે, અને જયારે અહિંયા આવી નેટવર્ક આગળ વધવાની શકયતા પૂરી થઈ જશે, તો છેલ્લી હરોળના સભ્યો માટે નવા સભ્યો મળવા શકય ન હશે અને એમને નેટવર્કમાં શામેલ થવા બદલ વધારાનો ઈચ્છિત લાભ મળશે નહી. અત્રે છેલ્લી હરોળ વાળાઓની મૂડી ડૂબે છે, તો આ જ મૂડી ઉપરની હરોળ વાળાઓ માટે નફાનું કામ આપે છે.

નેટવર્ક માર્કેટીંગની આ સીસ્ટમ "કેન્સરના સોજાની બીમારી" જેવી છે, જેમાં કેન્સરગ્રસ્ત શરીરના કોષો વધતા જ રહે છે, પરિણામે સોજો પણ વધે છે, સોજાને કારણે એક તરફ શરીરના કોષો વધે છે, અને શરીર જાડું થાય છે, તો બીજી તરફ જેમ જેમ સોજો વધે છે, શરીરની શકિત અને ઉર્જા વધુ ખર્ચાય છે, અંતે એવો સમય આવે છે કે સોજાના કોષોને આવશ્યક વધારાની શકિત અને ઉર્જા શરીર ઉત્પન્ન કરી શકતું નથી અને શરીરનું તંત્ર શિથિલ થઈ જાય છે, પરિણામે જયારે ઉર્જા અને શકિત આપતું શરીરનું તંત્ર જ શિથિલ થઈ જાય છે, તો પછી શકિત અને ઉર્જા ન મળવાના કારણે સોજાના કોષો પણ નષ્ટ પામે છે. આમ સોજાના કોષોનો વધારો સ્વંય એ કોષો માટે જ મૃત્યુંનો ઘંટ વગાડી દે છે.

આ જ પરિસ્થિતિ પિરામિડ સીસ્ટમની છે, કે નેટવર્કની પ્રગતિ માટે દરેક નવો સભ્ય બીજા બે સભ્યો બનાવે એ આવશ્યક છે, પરિણામે નેટવર્ક

બમણું થાય છે, અને જેમ જેમ નેટવર્ક આગળ વધશે, પ્રગતિ માટે એટલા જ વધારે સભ્યોની જરૂરત પડે છે, પરંતુ એટલી મોટી સંખ્યામાં સભ્યો મળવા મુશ્કેલ છે, માટે છેલ્લે આ નેટવર્ક અટકી જાય છે.

અન્ય એક રીતે જોતાં આ પણ સ્પષ્ટ થાય છે કે વધુ માત્રામાં આવશ્યક સભ્યો ઉપલબ્ધ હોય તે છતાં અધ વચ્ચેથી જ આ નેટવર્ક અટકી પડે, કેમ કે કંપની દ્વારા કે માર્કેટ દ્વારા આટલી મોટી માત્રામાં માલ ઉપલબ્ધ થવો શકય નથી. માર્કેટીંગના નિષ્ણાંતો જાણે છે કે દરેક કંપનીની પોડકટ્સની એક હદ હોય છે, ત્યાર બાદ માર્કેટ શુન્ય ડીગ્રીએ પહોંચી જાય છે, અને પછી કોઈપણ જાતનો વધારો શકય નથી, જેનાથી સમજી શકાય છે કે આ આધારે પણ આવું નેટવર્ક લાંબુ ચાલી શકે નહીં.

ખોટની વધુ વિગત

માની લઈએ કે સભ્યોની સંખ્યા પાંચ લાખથી વધી જવાને કારણે ૧૮માં તબક્કે આ નેટવર્ક અટકી ગયું, ઉપર જણાવવા મુજબ નીચે ત્રણ હરોળો ન બને ત્યાં સુધી કોઈ સભ્યને નફો નથી મળી શકતો, માટે ૧૬/૧૭/૧૮મી હરોળ વાળાઓને કમીશન મળશે નહીં, એથી ઉપર ૧૫મી હરોળ વાળાઓને એક એકમનું કમીશન ૫૫ ડોલર જ મળશે, જે એના ૯૯ ડોલર કરતાં ઓછું છે. ૧૮ મી હરોળ વાળા કુલ સભ્યો ૨.૫ લાખ છે, ૧૭મી હરોળમાં ૧૩૧ હઝાર અને ૧૬મી હરોળમાં ૬૫ હજાર એમ ત્રણે મળી ૪૫૦ હજાર સભ્યો પાસેથી લગભગ ૪૪૫૫૦૦૦૦ ડોલર કંપનીને મળ્યા, સૌથી છેલ્લે કમીશન મેળવતી ૧૫મી હરોળના સભ્યોને પણ જે કમીશન મળે છે તે નેટવર્કમાં શામેલ થવાના બહાને કંપનીની વસ્તુઓ ખરીદવા બદલ આપેલ રકમ ૯૯ ડોલર કરતાં ઓછા છે.

આ બધા (૧૫–૧૬–૧૭–૧૮)મી હરોળના સભ્યો મળી જે સંખ્યા થાય છે તે આ નેટવર્કમાં શામેલ સભ્યો સભ્યોની ૯૩.૮ ટકા છે, એટલે કે ૯૪ ટકા સભ્યો ખોટમાં રહે છે, અને ફકત ૬ ટકા સભ્યો નફો મેળવે છે.

આમ જ્યાં સુધી નેટવર્ક આગળ વધે, છેલ્લી ચાર હરોળોનું ઉપર પ્રમાણે ખોટમાં રહેવું નિશ્ચિત છે અને કોઈ પણ હરોળના સભ્યોએ ખોટથી નીકળવાની રીત એક જ છે કે નેટવર્ક આગળ વધારી નીચે વધુ હરોળો

બનાવવામાં આવે, પરંતુ જેટલી હરોળો આગળ વધશે, છેલ્લી હરોળોના સભ્યો ખોટમાં જ રહેશે, બીજા શબ્દોમાં નેટવર્કની પ્રગતિ અને ખોટ સાથે જ ચાલે છે અને સઘળા સભ્યોને લાભ પહોંચે એવું શકય જ નથી.

ઉપરોકત બાબતોથી ફલિત થાય છે કે આવું નેટવર્કીંગ વાસ્તવમાં એક હવાઈ મહેલ છે અને એમાં શામેલ સભ્યોની બહુમતી અમુક સભ્યોની નફા ખાતર ખોટમાં રહે છે. માટે જ આ સીસ્ટમથી લોકોને ચેતવવા–બચાવવા વિવિધ પુસ્તકો અને લેખો અત્યાર સુધી પ્રકાશિત થઈ ચુકયા છે. અંતમાં અમુક વેબસાઈટ પણ અમે દર્શાવી છે, જયાં આ બાબત વધુ વિગત જોઈ શકાય છે.

નેટવર્ક (પિરામીડ) સ્કીમ, કાનૂની દ્રષ્ટિએ

વિશ્વના અનેક દેશોમાં ઉપરોકત સ્કીમ ઉપર પાબંદી લગાવી દેવામાં આવી છે, કારણ કે (અમૂક યોજનાઓમાં તો) માણસે કોઈ વસ્તુ મેળવ્યા વગર ફકત નેટવર્કમાં શામેલ થવા માટે જ રકમ ચૂકવવી પડે છે, તો અમૂક સ્કીમોમાં રકમના વળતર રૂપે કંઈ વસ્તુઓ પણ મળે છે. અમેરીકાના કાનૂન પ્રમાણે આ સ્કીમ ઉપર પાબંદી નથી, છતાં આ બાબત આવી સ્કીમો માટે એક "વીક પોઈન્ટ" (કમઝોર પાસું) જરૂર ગણાય છે. અને પશ્ચિમના અનેક નિરક્ષકોએ આ આધારે જ ટીકા કરી છે કે કંપની તરફથી આપવામાં આવતી આવી વસ્તુઓ ફકત એક ગેર કાનૂની સીસ્ટમને પ્રચલિત કરવા અને એની ત્રુટીઓ છુપાવવા ખાતર આડરૂપ છે, કારણ કે પરિણામ તો બન્ને પ્રકારની સીસ્ટમોમાં એક જ રહે છે, અમેરિકાના કાનૂન પ્રમાણે નેટવર્ક સીસ્ટમનો બીજો પ્રકાર ગેર કાનૂની નથી, છતાં વેપાર મંત્રાલય તરફથી દરેક એવા નેટવર્કમાં ન જોડાવાની ચેતવણી આપવામાં આવી છે, જેમાં અન્ય સભ્યોને જોઈન્ટ કરવા માટે નેટવર્કીંગ કરવું પડે, વધુ વિગત માટે નીચેની વેબ સાઈટ જોઈ શકાય છે.

http://www.ftc.gov/bcp/conline/edcams/pyramid/index.html

શરઈ દ્રષ્ટિએ :

ઈસ્લામ એક પ્રાકૃતિક–ફિતરી ધર્મ છે, ઈસ્લામી શરીઅત ન્યાય સમાનતા અને અત્યાચાર નિષેધના સિધ્ધાંતો ઉપર આધારિત છે, જયારે

વિશ્વના અનેક વિશ્લેષકો અને નિષ્ણાંતો આવી યોજનામાં છુપાયેલ છેતરપીંડી અને દગાખોરીને સમજી એના ઉપર પાબંદી લગાડવા સુધી જઈ શકે છે, તો ઈસ્લામ તો ન્યાય, ઈન્સાફ અને અત્યાચાર નિષેધને સૌથી વધુ મહત્વ આપે છે. માટે ઈસ્લામમાં આવી યોજનાઓ ગેર કાનૂની અને નાજાઈઝ હોવી વધુ જરૂરી છે.આવી યોજનાઓમાં ભાગ લેવું શરઈ દ્રષ્ટિએ બે દલીલોના કારણે હરામ છે :

૧. નાજાઈઝ અને ખોટી રીતે માલ પ્રાપ્ત કરવો.

૨. શરઈ રીતે હરામ છેતરપીંડી અને જુગાર આધારિત હોવું.

૧. ખોટી રીતે માલ પ્રાપ્તિ.

ઉપર વર્ણવવામાં અવેલ હકીકતોથી આપણે જાણી ચૂકયા છે કે આ નેટવર્કના કાર્યરત રહેવા માટે એવા માણસો ઉપલબ્ધ હોવા જરૂરી છે, જેઓ અન્યોના લાભ ખાતર સ્વંય ખોટ ઉઠાવવા તૈયાર રહે, કેમ કે કોઈ પણ પરિસ્થિતિમાં છેલ્લી હરોળોના સભ્યોનું ખોટમાં રહેવું નિશ્ચિત છે, એ સિવાય ઉપરની હરોળના સભ્યોને એમનું ઈચ્છિત અતિગણું કમીશન મળવું શકય નથી, જેનો સ્પષ્ટ સાર એ જ કે જુજ સંખ્યાના સભ્યો ખોટી–નાજાઈઝ રીતે બહુમતી સભ્યોનો માલ હડપ કરી જાય છે, કુર્આનમાં અન્યોનો માલ હરામ રીતે ખાવાની જે મનાઈ છે, તે આ જ પ્રકારની ગેર રીતિઓ માટે છે, અર્થશાસ્ત્રના નિષ્ણાંતો આવી યોજનાઓને (ZERO SUM GAME) કહે છે, જેમાં અમુક જ માણસો નફો હડપ કરી જાય અને બાકી બધા જ સભ્યો ખોટ વેઠતા રહે.

૨. છેતરપીંડી અને જુગાર :

એટલે કે એવી વસ્તુની લાલચમાં માલ ખર્ચવામાં આવે જે ઈચ્છિત રૂપે ન મળવાની શકયતા વધુ હોય, ઈસ્લામી ફિકહ શાસ્ત્રના નિષ્ણાંતો (ફુકહા)ના મત મુજબ "ગરર" (જુગાર) એટલે કે "એક વસ્તુનું બે વિરોધાભાસી શકયતાઓ વચ્ચે હોવું અને જે વધુ ઈચ્છિત હોય, એ એટલું જ વધુ અશકય હોય ", આ યોજનામાં જોડનાર પણ તેનો માલ એવા નફાની લાલચમાં આપે છે, જેને મળવાની શકયતા અત્યંત નહિવત છે.

વધુ ચોખવટ માટે આપણે માની લઈએ કે નેટવર્કમાં શામેલ થયેલ

કોઈ વ્યકિત દ્વારા અન્ય માણસના નેટવર્કમાં જોડાવાની શકયતા ૮૦% ટકા છે આ શકયતા પણ વાસ્તવિકતાથી ઘણી વધુ છે, છતાં આપણે એ પ્રમાણે જ જોઈએ તો...જે માણસ ૯૯ ડોલર આપી નેટવર્કમાં જોડાયો છે, એને ૯૯ ડોલરનો નફો મળવાની શકયતા કેટલી છે ? આપણે આગળ જોઈ ચૂકયા છીએ કે મૂળ મૂડી જેટલો નફો મેળવવા માટે ઓછામાં ઓછા ૧૮ સભ્યો તેની નીચેની હરોળમાં હોવા જોઈએ, જયારે એક સભ્યના જોડાવાની શકયતતા ૮૦% છે તો ૧૮ સભ્યોના જોડાવાની શકયતા ૧૮ % ૮૦ =૧.૮ બનશે, એટલે કે અત્યંત નહિવત. અને માસિક ૨૫૦૦૦ ડોલર કમીશન મળે, એ માટે ૮૧૯૦ સભ્યો હોવા જરૂરી છે, અને આટલા બધા સભ્યોને જોડાવાની શકયતના તપાસીએ તો ૮૧૯૦ % ૮૦ = ૦૦ એટલે આટલી બધી સંખ્યામાં સભ્યો મળવાની શકયતના જ નથી રહેતી.

વિચાર કરો ! આ શકયતા તો લોટરી લાગવાની શકયતા કરતાં પણ ઓછી છે, કહે છે કે લોટરીમાં જીતવાની શકયતા ઈનામની રકમ કરતાં ઉલટી હોય છે, એટલે કે જો ઈનામ ૧,૦૦,૦૦,૦૦૦ હોય તો જીતવાનો ચાન્સ ૧,૦૦,૦૦,૦૦૦ માંથી એક પોઈન્ટ જેટલો હોય છે, છતાં તે નેટવર્ક માં જોડાયેલ સભ્યોના સપનાઓ સાકાર થવા કરતાં વધુ અપેક્ષિત છે.

અન્ય એક રીતે જોઈએ તો નેટવર્ક માર્કેટીંગ કરતાં લોટરી વધુ સરળ છે, ટીકીટ ખરીદનારે ટીકીટ ખરીદયા બાદ કોઈ પ્રકારની મહેનત નથી કરવી પડતી, એનાથી વિપરીત નેટવર્ક એજન્ટે દોડધામ કરવી પડે છે, થાકવું પડે છે, છતાં અંતે ખોટ ઉઠાવવી પડે છે, આમ છતાં જયારે લોટરી હરામ છે, તો પછી નેટવર્ક સીસ્ટમ તો જરૂર હરામ હોવી જોઈએ.

જયારે નેટવર્કનું અટકી જવું નિશ્ચિત છે, તો પછી એમાં જોડાવું વાસ્તવમાં એક જુગાર છે, કારણ કે આવી પરિસ્થિતિમાં દરેક માણસ નેટવર્ક અટકી જતાં પહેલાં નફો મેળવી લેવા તેનો માલ દાવ ઉપર લગાવે છે, જો કોઈને ખબર પડી જાય કે તેનાથી આગળ નેટવર્ક ચાલવાનું નથી, તો ૧/૪ રકમમાં પણ નેટવર્કમાં જોડાવા તે તૈયાર ન થાત, અને જો એને ખબર પડી જાય કે એનું સ્થાન ઉપરની હરોળોમાં રહેશે તો કંઈ ગણી વધુ રકમ આપી જોડાવા તૈયાર થઈ જાય, શરીઅત તરફથી હરામ કરવામાં

આવેલ જુગાર અને સટ્ટો આનું જ નામ છે.

માણસ માલદાર થવાની લાલચે જ આવા નેટવર્કમાં જોડાય છે, ચાહે વાસ્તવિક રીતે એની લાલસા ફળવાની શકયતા કેટલીયે ઓછી કેમ ન હોય, માલદાર થઈ જવાનું ભૂત જ માણસને આમાં જોડાવા પ્રેરે છે, વિવિધ ઉમ્મીદો ઉમંગો અને સપનાઓ દેખાડે છે, હાલાંકે વાસ્તવિક રીતે જોઈએ તો ખોટની શકયતા નફા કરતાં કંઈ ગણી વધુ છે.

પ્રોડકટસ, એક બહાનું :

આવી યોજના–સ્કીમના હિમાયતીઓ કહે છે કે આમાં જોડાનાર સભ્યને કંપની તરફથી કંપનીની બનાવેલ વસ્તુઓ પણ આપવામાં આવે છે, માટે નેટવર્ક અટકી જાય તો પણ સભ્યને કોઈ ખોટ નથી જતી, એને એની રકમના બદલામાં સામાન મળી જ જાય છે.

ખરી રીતે જોવામાં આવે તો કંપનીના એજન્ટોની કાર્ય પ્રણાલીથી આ આડશ અને બહાનાનો છેડ ઉડી જાય છે, કારણ કે એજન્ટો બીજા સભ્યો બનાવતી વખતે યોજનાની વિગત અને કમીશનની તગડી રકમ મળવાની લાલચ દેખાડવા ઉપર વધુ ધ્યાન આપે છે, જો અસલ મકસદ પ્રોડકટસનું માર્કેટીંગ કરવું છે, તો પછી નવા સભ્યો સામે કમીશનની ગણતરી માંડી શા માટે એની લાલચ આપવામાં આવે છે ? બલકે જયાં સુધી કમીશનની લાલચ બતાવવામાં ન આવે, આ વસ્તુઓનું માર્કેટીંગ જ શકય નથી, આ બધું દર્શાવે છે કે પ્રોડકટસ અને અન્ય વસ્તુઓ મળવાની જે વાતો આ યોજનાના હિમાયતીઓ દર્શાવે છે તે ખોટી છે, અને મૂળ આશય એ છે કે નવા સભ્યો લગાતાર જોડાતા રહે, અને તગડું કમીશન મળતું રહે.

જો પ્રોડકટસના મુલ્ય અને માર્કેટીંગ કમીશન વચ્ચેનો તફાવત જોવામાં આવે તો એનાથી પણ સ્પષ્ટ થાય છે કે પ્રોડકટસ એક બહાનું માત્ર છે, અને કંપની કે સભ્યનો આશય પ્રોડકટસનો પ્રચાર નથી, બલકે કમીશન મેળવવું છે, ઉદાહરણ તરીકે આપણે જોયું કે કંપની તરફથી નિર્ધારિત મુલ્ય ૯૯ ડોલર છે, અને આપણે જોયું કે ફકત પ્રથમ વર્ષના અંતે જ કમીશનની માત્રા ૨૫૦૦૦ ડોલરથી ૫૦,૦૦૦ ડોલર થઈ શકે છે, શું એવો કોઈ માણસ હશે, જેનો આશય ફકત ૯૯ ડોલરની વસ્તુ ખરીદ કરવાનો હોય

અને તે ૫૦,૦૦૦ ડોલરના શક્ય લાભને છોડી દે. જો કોઈ છે તો નિશંક એ પાગલ હશે. સમજુ માણસ તો સદા તેના લાભ–સ્વાર્થને સામે રાખે છે.

અત્રે ૯૯ ડોલર આપી ફકત બે ચાર વસ્તુઓ મેળવવામાં લાભ નથી, બલકે માર્કેટીંગ કરી કમીશન મેળવવામાં લાભ છે. માટે નિશ્ચિત પણે કહી શકાય કે પ્રોડકટ ખરીદનારનો મુખ્ય ઈરાદો નેટવર્કીંગ કરવાનો અને વધુ સભ્યો બનાવીને કમીશન મેળવવાનો છે, આવી પ્રોડકટસ ચાહે કેટલીયે લાભદાયી હોય, તેનો લાભ લોભામણા કમીશનથી વધીને નથી હોય શકતો, શરીઅતના નિયમ પણે વધુ ઈચ્છિત વસ્તુઓ જ માન્ય ગણવામાં આવશે. માટે આવી યોજનાઓનો આશય કમીશન જ ગણાશે, પ્રોડકટસ ખરીદવી નહીં, અને એ આધારે શરઈ હુકમની બુનિયાદ પણ કમીશન જ રહેશે.

પ્રોડક્ટ્સ ખરીદવું અસલ મકસદ અને આશય નથી એનો પુરાવો આ પણ છે કે પ્રોડકટસ રૂપે માઈક્રોસોફટના જે પ્રોગ્રામો, વિશેષ કરી 'ઓફિસ' શીખવાના જે સોફટવેર આપવામાં આવે છે, તે ઘણાં બધાં ઈન્ટરનેટ ઉપર મફત ઉપલબ્ધ હોય છે અને બજારમાં પણ આવા સોફટવેર ૨૦ થી ૩૫ ડોલરમાં મળી શકે છે, ઉપરાંત કંપની તરફથી જે વેબસાઈટ સ્પેસ અને ઈ– મેઈલ સુવીધા આપવામાં આવે છે, તે પણ વાર્ષિક ૧૦ ડોલરમાં (અને મફતમાં પણ) મળી શકે છે, પરંતુ કંપની આવી પ્રોડકટસના ૯૯ ડોલર વસુલ કરે છે, એટલે બજાર ભાવ કરતાં ૫૫ ડોલર વધારે, વાસ્તવમાં આ વધારો નેટવર્ક માર્કેટીંગના કારણે જ કરવામાં આવે છે, નહિતર એની કોઈ જરૂરત નથી.

નોટ : અમુક કંપનીઓ તરફથી ઘર વપરાશની કે બીજી અન્ય વસ્તુઓ પણ આપવામાં આવે છે, પરંતુ ખરીદનારનો અસલ મકસદ ફકત પ્રોડક્ટ્સ ન હોવાથી દરેક પ્રકારે આ જ હુકમ રહેશે.

માણસે વિચારવું જોઈએ કે બે સોદાઓને એક બીજાથી જુદા કરી કેમ નથી જોવામાં આવતા ? માણસ અહીંયા વસ્તુઓ ખરીદનાર છે કે વેચનાર ? જો સભ્યના જોડાણ અને પ્રોડક્ટ્સ ખરીદવાને અલગ કરવામાં આવે તો પ્રોડકટસની આ કિંમત ન હોવી જોઈએ.

કંપનીના વહીવટકારો પણ ખચકાટ વગર કહે છે કે પ્રોડકટસની

બજાર કિંમત ૨૪ ડોલર જ છે, અને બાકીના ૭૫ ડોલર નેટવર્કીંગના ખર્ચાઓ માટે છે. કંપની આ રકમને અન્ય કંપનીઓની જેમ જાહેરાતો અને પ્રચાર માટે ખર્ચવાના બદલે એજન્ટોને આપે છે, કંપની માલિકોના કહેવા મુજબ આ પ્રણાલી એજન્ટો માટે પ્રચલિત જાહેરાત પ્રણાલી કરતાં વધુ લાભદાયી છે, પરંતુ વાસ્તવિક રીતે જોતાં પરિસ્થિતિ એનાથી ઉલટી છે, લાભની વાત તો દૂર રહી, સાદી ગણતરી દ્વારા જ આપણે સમજી શકીએ છીએ કે નેટવર્કીંગમાં સભ્ય કેવી રીતે લાભના બદલે ખોટમાં જાય છે. બિઝનેસ કોમ. તેના નિયમ પ્રમાણે ૫૫ ડોલરનું કમીશન નીચે ૯ સભ્યો બન્યા બાદ જ આપે છે, એટલે કે કંપનીને ૯ નવા ખરીદારો આ સભ્ય મારફત મળ્યા, જેનાથી કંપનીને પ્રોડકટસની કિંમત બાદ કરતાં ૭૫ × ૯ = ૬૭૫ ડોલરનો નફો થયો, જેમાંથી ૫૫ ડોલર એજન્ટને આપવાના કમીશનને બાદ કરતાં ૬૨૦ ડોલર કંપનીને મળે છે, એનો મતલબ એ થયો કે ૯ સભ્યો બનાવવા બદલ એજન્ટને ૫૫ ડોલર અને કંપની માલિકોને ૬૨૦ ડોલરનો નફો મળે, આ કેટલી મોટી ઠગાઈ છે, એ સ્પષ્ટ સમજી શકાય છે.

હવે કયાં મોંઢે કહેવામાં આવે છે કે નેટવર્કીંગ દ્વારા નફો મેમ્બરને આપવામાં આવે છે ? ખરી વાત એ જ છે કે ૭૫ ડોલરની રકમ વાસ્તવમાં જોડાણ ફી છે, જેનો વધુ પડતો ભાગ કંપની માલિકોના ગજવામાં જાય છે.

મૂળ આશય નેટવર્કીંગ છે, પ્રોડકટસ નહી :

નીચેની દર્શાવેલ બાબતોથી સ્પષ્ટ થશે કે પ્રોડકટસ ખરીદવાનો અસલ મકસદ નેટવર્કમાં જોડાવું છે,

૧. કંપનીના નિયમો–નીતીઓનો વધુ ભાગ નેટવર્કમાં જોડાવાની શર્તો કાયદાઓ અને કમીશનની વિગતો ઉપર આધારિત છે, એથી વિપરીત પ્રોડકટ્સની ખરીદીની વિગત અમૂક પેરેગ્રાફમાં સિમિત છે. હવે કેવી રીતે કહી શકાય કે મૂળ આશય પ્રોડકટસ ખરીદવી વેચવી છે, કમીશન મૂળ આશય નથી?

૨. કંપની તરફથી એક વર્ષથી વધુ મુદત યોજનામાં જોડાયેલા રહેવા માટે નકકી ફી જમા કરાવવી શર્ત છે, આ રકમ તો સ્પષ્ટ રીતે નેટવર્કમાં

ચાલુ રહેવા ખાતર જ હોય છે કારણ કે પ્રોડકટ્સ તો પહેલીવાર સભ્ય ખરીદી ચૂકયો છે.

૩. કંપનીનો આશય પ્રોડકટસનું વેચાણ હોય તો એ માટે કંપની તરફથી પ્રયાસો પણ જરૂર કરવામાં આવતા હોવા જોઈએ, પરંતુ કંપનીની આખી વ્યવસ્થા અને તંત્ર જોતા આપણને માલૂમ પડે છે કે પ્રોડકટ્સને કોઈ પણ ધારા ધોરણ વગર જેમની તેમ વેચી દે છે, બીજી તરફ નેટવર્કીંગના પ્રચાર અને નવા સભ્યોને આકર્ષિત કરવા માટે પૂરો સહકાર અને માર્ગદર્શન આપવામાં છે, કંપનીના નિયમોમાં આની ચોખવટ પણ છે.જો અસલ મકસદ પ્રોડકટ્સ વેચવાનો હોય તો કાર્યપધ્ધતિ આવી ન હોય.

નેટવર્કીંગમાં જોડાવા ઈચ્છતા લોકો માટે પ્રોડકટસ ખરીદ્યા વિના પણ જોડાવાની કંપની તરફથી છૂટ છે, અલબત્ત આવા માણસને વેબસાઈટ અને ફેક્સ વગેરેની કંપનીની સવળતોનો લાભ નથી મળતો, અને આવા માણસ દ્વારા પ્રોડકટસ ખરીદ્યા વગર કોઈ સભ્ય બને તો કંપની એમને નેટવર્કમાં શામેલ નથી ગણતી, બલકે કમીશન મેળવવા માટે નીચના સભ્યો પ્રોડકટ્સ ખરીદે એ આવશ્યક સમજવામાં આવે છે. આનાથી સ્પષ્ટ થયું કે જો કોઈ માણસ ફકત નેટવર્કીંગ કરવા જોડાવા ચાહે તો કંપની એને પણ પૂરી રીતે સહકાર નથી આપતી.

આ પૂરી ચર્ચાનું નિષ્કર્ષ એ જ છે કે કંપની તરફથી આપવામાં આવતી પ્રોડકટ્સ વાસ્તવમાં નેટવર્કમાં જોડાવાનું એક બહાનું માત્ર છે, અને અગાઉ જણાવી ચૂકયા છે તે મુજબ રકમ આપી નેટવર્કમાં જોડાવું એક જુગાર અને છેતરપીંડી દ્વારા માલ કમાવવા બરાબર છે, ઉપરાંત આ બાબતે શરીઅત અને પ્રચલિત કાયદાઓ બન્ને સરખો મત ધરાવે છે, માટે શરઈ રીતે પણ આવી પ્રોડકટ્સના બહાનાને ગણકારવામાં આવશે નહીં, કારણ કે કોઈ પ્રકારના હુકમ લગાવવા માટે વસ્તુના મૂળ આશય અને હેતુને આધાર અને દલીલ બનાવવામાં આવે છે. જયાં જયાં આ આધાર–દલીલ જોવામાં આવશે ત્યાં એ મુજબનો હુકમ લાગુ પડશે, ચાહે પ્રોડકટ્સ હોય કે ન હોય.

સાચી વાત એ છે કે માનવીના બનાવેલા કાયદાઓ આવી ગુંચવણો અથવા છટકબારીઓ બંધ કરવા સક્ષમ નથી હોઈ શકતા. માટે જ ઉપરોકત

બાબત પશ્ચિમના સમીક્ષકોની નજરે ચર્ચાનો વિષય છે, પરંતુ અલ્હમ્દુલિલ્લાહ ઈસ્લામી ફિકહ અલ્લાહ તઆલાની વહી ઉપર આધારિત હોવાના કારણે એવું સર્વગ્રાહી છે કે એમાં જૂઠ અને ઠગાઈ માટે કોઈ અવકાશ નથી, આવી ખોટી અને નાજાઈઝ છટકબારીઓ અને છેતરપીંડીઓ રોકવા ખાતર જ હદીસમાં આપ સલ્લલ્લાહુ અલયહિ વસલ્લમે એક સોદામાં બે સોદા કરવાની મનાઈ, સોદામાં કોઈ ખોટી શર્ત લગાડવાની મનાઈ વગેરેના સ્પષ્ટ આદેશો આપ્યા છે.

પિરામિડ માર્કેટીંગ અને દલાલી વચ્ચે ફર્ક :

ઉપર દર્શાવેલ વિગતોથી સમજી શકાય છે કે કંપની તેની વેબ સાઈટ પર પિરામિડ માર્કેટીંગને દલાલી કહે છે તે ખોટું છે. ઉલમા અને મુફતીઓ તરફથી જયારે કંપની પાસે વિગત માંગવામાં આવે છે, તો કંપની કે તેના એજન્ટો આ જ થીયરી તેમની સામે રજૂર કરે છે.

દલાલીમાં દલાલ (કમીશન એજન્ટ)ને સામાન વેચવા પર કમીશન, દલાલી અને મહેનતાણું મળે છે, જયારે પિરામિડ માર્કેટીંગમાં તો એજન્ટે સ્વંય એજન્ટ બનવા પણ માટે ફી અદા કરવી પડે છે, આમ દલાલી અને પિરામિડ માર્કેટીંગ બન્ને એક બીજાથી વિપરીત છે.

ઉપરાંત આ પણ નિશ્ચિત છે કે પિરામિડ માર્કેટીંગનો અસલ મકસદ સામાન વેચવો કે અન્યોને કોઈ પ્રકારની સવલત પૂરી પાડવી નથી, બલકે નવા એજન્ટ બનાવવા જ મુખ્ય લક્ષ્ય હોય છે.

ઉપર આ પણ આવી ચૂકયું છે કે પિરામિડનું વધતાં જ રહેવું અશકય છે, એક નક્કી માત્રા પછી અટકી જશે એ નક્કી છે અને ત્યારે છેલ્લા સભ્યોને નફો પણ નહી મળે અને તેઓ ખોટમાં રહેશે એ નિશ્ચિત છે, આવું નેટવર્કીંગ અને ચેઈન દલાલીમાં નથી હોતું. ન તો પ્રચલિત માર્કેટીંગ વ્યવસ્થામાં આવું હોય છે, માટે નેટવર્ક માર્કેટીંગને દલાલીની જેમ કહેવું એવું જ છે જેમ અમૂક લોકોનું વ્યાજને વેપારની જેમ કહેવાનું કુર્આને વર્ણવ્યું છે.

ખુલાસો એ કે નેટવર્ક માર્કેટીંગ, પ્રચલિત માર્કેટીંગથી અને દલાલીથી અનેક રીતે નોખું છે અને ઘણી બાબતોના આધારે એ હરામ છે, માટે

બન્નેને સરખા સમજવું દુરૂસ્ત નથી.

એક બીજી વાતે પણ નેટવર્ક માર્કેટીંગ અને દલાલી વચ્ચે ફર્ક છે, અને તે આ કે પ્રચલિત માર્કેટીંગમાં અથવા દલાલી વાળા સોદામાં દરેક એજન્ટ અને દલાલને એનું કમીશન નિશ્ચિત પણે મળશે જ, અને તે આધારે દલાલો અને એજન્ટો વચ્ચે સેતુ જાળવવા, અને વ્યવસ્થા માટે વિવિધ નિયમો હોય છે જેના આધારે જ દલાલી અને કમીશન મળે છે, પ્રોડકટ્સ સપ્લાય કરતી કંપની દરેક એજન્ટ (ડીસ્ટ્રીબ્યુટર અથવા એજન્સી) માટે એક કાર્ય વર્તુળ નક્કી કરે દે છે, જેથી એક જ વિસ્તારમાં આવી એજન્સીઓ કે એજન્ટ વધી જવાથી બીજાને નુકસાન ન થાય, કેમકે એક જ વિસ્તારમાં એજન્સીઓ કે એજન્ટોના વધી જવાથી સ્થાનિક બજારમાં માલનો ભરાવો થઈ જાય છે, જે કંપની માટે નુકસાન કારક છે, ઉપરાંત એજન્ટો માટે પણ આ નુકસાનકારક છે, કારણે કે વધારે સંખ્યામાં હોવાથી અમુક એજન્ટોનો માલ વેચાશે નહીં અને તેમને કમીશન પણ મળશે નહી.

આ બધાથી વિપરીત પિરામિડ માર્કેટીંગમાં માર્કેટીંગ અને નેટવર્કીંગ માટે કોઈ પણ પ્રકારના કાયદા નથી, ન તો કોઈ એજન્ટ કે ડીસ્ટ્રીબ્યુટરની કોઈ વ્યવસ્થા છે, કારણ એ જ કે અહિંયા પ્રોડકટ્સનું માર્કેટીંગ અને વેચાણ અસલ ઉદ્દેશ છે જ નહીં, બલકે અન્યોને વધુથી વધુ નેટવર્કમાં જોડવા જ મુખ્ય ધ્યેય છે, અહિંયા કોઈ એજન્ટનું કાર્ય વર્તુળ નક્કી કરવામાં કોઈ ફાયદો નથી. બલકે આ પ્રકારની મર્યાદા નેટવર્કની પ્રગતિ અને આગળ વધવામાં અવરોધક બની શકે છે અને કંપની માલિકો માટે આ બાબત નુકસાનકારક હોવી સ્પષ્ટ છે,

જો કોઈ સભ્ય દ્વારા ઈચ્છિત માત્રામાં નેટવર્ક આગળ ન વધે તો તેની પાસે તો એને આપેલ પ્રોડકટસ જ રહેશે. અને તે જ એને મળશે. હાલાંકે એ વર્ષમાં ૨૫૦૦૦ હજાર ડોલર નફાની લાલચે નેટવર્કમાં જોડાયો હતો, અને એવી વસ્તુઓ જેની કિંમત ૦.૨% થી વધુ નથી એક વર્ષના કમીશનના અવેજમા કેવી રીતે યોગ્ય ગણાય ?

દલાલી અને સામાન્ય માર્કેટીંગમાં કમીશનના બદલામાં પ્રોડકટ્સ વેચવા માટે માણસ કંપનીનો એજન્ટ હોય છે, અને એજન્ટના કમીશનનો

મૂળ સ્ત્રોત વાસ્તવિક રીતે પોતાના વપરાશ માટે પ્રોડકટસ ખરીદનારા ઉપભોગતાઓ હોય છે. નવા એજન્ટોના જોડાણ પર એના કમીશનનો આધાર નથી હોતો, જેમ કે પિરામિડમાં હોય છે.

અમેરિકાના ઘણા રાજયોમાં આવી કંપનીઓને લાયસન્સ માટે શર્ત છે કે અંતિમ સભ્યને મળનાર નફો ૭0% ટકાથી ઓછો ન હોય. અર્થાત કંપનીના અન્ય એજન્ટોને મળનાર નફો ૩0% ટકાથી વધુ ન હોય.

ખુલાસો :

પિરામિડ માર્કેટીંગ આધારિત સ્કીમો જેમાં સવાલમાં પૂછવામાં આવેલ સ્કીમ પણ શામેલ છે, નાજાઈઝ અને ખોટી રીતે માલની કમાણી અને ઠગાઈ –છેતરપીંડીમાં ફસાવવાનું નામ છે, કારણ કે આ ચેઈન આખરે તો અટકવાની જ છે, અને વધુ પડતા સભ્યો ખોટમાં અને જુજ સભ્યો જ નફો મેળવશે. ઉપરાંત આ આખી સિસ્ટમમાં ઉપરની હરોળમાં આવી ગયેલા સભ્યોને જે નફો મળે છે, તે સઘળો નીચે વાળાઓના જ ગજવામાંથી જાય છે, માટે નીચેના લોકો ખોટમાં જ રહે છે. અને જો નેટવર્ક લગાતાર ચાલુ રહે એમ માની લેવામાં આવે તો પણ તેઓ ખોટમાં રહેશે, ઉપરાંત બહાના રૂપે પ્રોડકટ્સનું વેચાણ પણ આવા સોદાઓ અને નેટવર્કના જાઈઝ હોવા માટે કાફી નથી, બલકે એ હરામ હીલો –બહાનું ગણાશે, માટે આવી કંપનીઓમાં જોડાવું જાઈઝ નથી.

ફકત, ડો.સામી અસ્સુવય્લિમ.

(د۔ سامي السويلم، (عضو الهيئة الشرعية لشركة الراجحي المصرفية لِلاستثمار)

ઉપરોકત વિષયે વધુ જાણકારી નીચેની વેબસાઈટો પરથી મળી શકે છે

http://www.falseprofits.com

http://www.pyramidschemealert.org

http://www.skepdic.com/pyramid.html

http://www.ftc.gov/speeches/other/dvimf16.htm

http://www.impulse.net/~thebob/Pyramid.html

http://www.mlmsurvivor.com